

内閣府

美ら島のブランド化に
向けた取り組み

「美ら島ブランドシンポジウムの開催」

特集
1



昨年、十二月二十六日(月)、小浜島(竹富町)において美ら島ブランドシンポジウムが開催されました。

このシンポジウムは、離島の皆さんに、美ら島ブランド委員会提言の内容を本格的に御紹介する最初の機会となりました。東京からは、小池大臣を始めとして、美ら島ブランド委員会の委員である大洞達夫氏、角谷浩一氏、小林英俊氏、山田敦郎氏に御出席いただき、また、伊礼幸進氏、石垣商工会事務局局長真栄田義世氏にも御出席いただきました。平成十七年の年の瀬も押し迫った時期にもかかわらず、各地の離島にお住いの方々も含め、一五〇名近くの皆様に御参加をいただきました。参加された方々からは、質問をいただくなど、

とても熱心にお聞きいただきました。美ら島ブランド委員会は、昨年四月、小池百合子沖縄担当大臣により開催された、離島活性化についてアドバイスいただくための委員会です。昨年十月末には、この委員会から大臣に提言が行われました。提言は、ブランドを活用した沖縄の離島(美ら島)の活性化のための方策であり、美ら島活性化の新たな方向性を示すものとなりました。シンポジウムは、充実した内容でありながら、大変わかりやすい内容となりました。この機会に、その一部を速報させていただきます。

今回は、「ブランドとは」「ブランドの必要性」「グループブランド」等の点を中心に、以下のとおりお届けいたします。では早速、お楽しみください。



▲シンポジウムの様子



▲小池大臣、平良トミさん植樹の様子

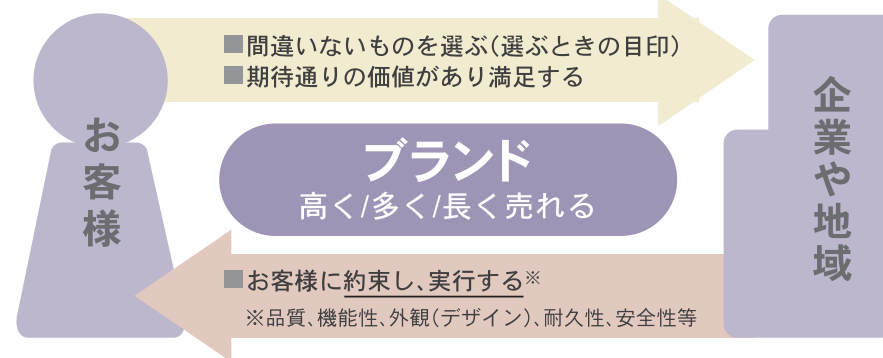


おまへに

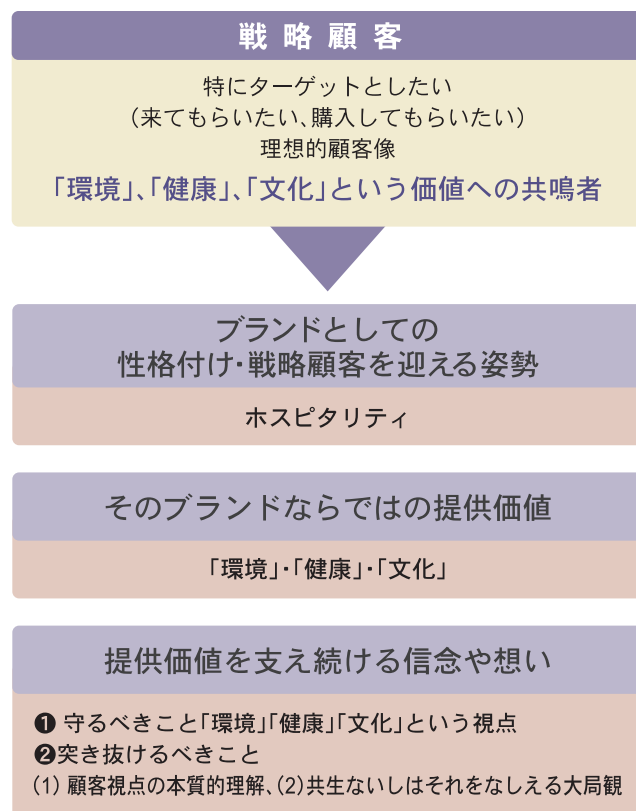
いま、多くの企業、企業だけでなく大学、組織だけでなく、日本全国の多くの地域においてブランド構築の取り組みが行われています。ブランドというコトバは決して遠い世界のものではなく、実際に身近なモノです。また、皆さんに縁の深いお話であり、とても大事なお話です。

ブランドを構築することはとても難しいことのように感じる方もいらっしゃるかもしれませんが、決して難しいことではありません。やればできるし、やったら必ず良いこと、ベネフィットがあります。例えば、ブランドを活用したある会社は、スタートは二十人でしたが、五年後には一、八〇〇人になり、一部上場も果たしました。今や、ブランドなしでは企業もやっていけない。ほとんどの企業経営者の方々もそんなふうに考えておられます。

ブランドとは



ブランディングコンセプト(仮説)



二点目は、企業や地域がお客様に対して約束をします。お客様は期待をされます。約束を実行することにより、お客様などから共感が返ってきます。この『約束→期待→実行→共感』の繰り返しでブランドになります。三點目は、いい記憶の蓄積、あるいは期待、共感の象徴として、また、お客様がモノを選ぶときに間違いのない、良い選択をするための手掛かりとなるシンボルマークやロゴ。これもブランドのある部分をなしています。四點目は、企業であれば社員、地域であればそこにお住いの皆さん、こういう関係者にとっての誇りの源になるものがブランドです。それぞれの島々の伝統文化に皆さん誇りを持ってお

られることと思います。誇りを持つているか? 誇りを持てるかどうか? そこも大変大事です。五點目です。ブランドは土地やお金と違い目には見えませんが、資産です。『高く売れる、たくさん売れる、長く売れる』という形で、皆さんに良いことをもたらします。以上、ブランドについて五つの観点から定義しました。ブランドというものは、単なるビジネスの道具のように思われることもあります。しかし、実は、ブランドというものは、企業であれば社員やお客様、地域であればそこに住む方々や訪れる方々、そういう人々を結ぶ強い絆だったのです。

ブランドのもたらすもの・ブランドの重要性



ブランドは、
お金、土地、建物と違い
目に見えない資産

ブランドは、高く、多く、長く
売れるというカタチで良い
ことをもたらす。

問い合わせ先

◎内閣府沖縄担当企画担当参事官室
TEL: 03-3581-2763

◎内閣府沖縄総合事務局調査企画課
TEL: 098-862-2367

◎沖縄県企画部地域・離島課
TEL: 098-866-2370